



Pomme de terre



LE JOURNAL DE LA POMME DE TERRE- n° 1113 - 26 février 2016

MARCHÉS AU PORTUGAL ET EN ITALIE

Au Portugal, l'offre se structure autour d'une segmentation culinaire

Le Portugal connaît une baisse significative de sa production de pommes de terre en 2015, pour atteindre 443 000 t (- 10 % par rapport à 2014) pour la campagne 2015-2016. Cette diminution de la production résulte d'une baisse des surfaces emblavées (23 000 ha contre 25 000 ha pour la campagne précédente) et des rendements.

Les cultures de pommes de terre ont subi les attaques de mildiou, notamment dans l'intérieur nord du Portugal et sur le littoral, impactant le rendement de production. Le pays a, par ailleurs, été confronté à une situation de sécheresse importante, avec un été sec et un niveau de précipitations inférieur à la normale de saison. Globalement, la qualité a été présente avec des tubercules de calibres uniformes. Une des spécificités de la campagne 2015-2016 a été la commercialisation sur le marché d'une plus large gamme de variétés par rapport aux campagnes antérieures. Parmi celles qui sont les plus utilisées, on peut citer la Red Fantasy, Elfe, Concordia et Jelly.

Le Portugal est un pays fortement dépendant des importations afin de satisfaire les besoins du marché intérieur en pommes de terre. La production nationale ne couvre qu'une partie de la consommation apparente intérieure estimée à 786 000 t en 2014, d'après les estimations de l'Institut national des statistiques.

L'Espagne, premier fournisseur du Portugal

Près de 151 000 t ont été importées, en provenance d'Espagne, durant la campagne 2014-2015. La France, au deuxième rang des fournisseurs du Portugal, a exporté près de

149 000 t, d'après les statistiques d'Eurostat (+ 5 % par rapport à la campagne 2013-2014). Selon les dernières estimations, les importations portugaises de pommes de terre de conservation, en novembre 2015, sont de 30 400 t, ce qui correspond à une baisse de 8 % par rapport à la même période en 2014. L'Espagne a été le premier fournisseur avec 18 661 t, suivi de la France avec 11 000 t. Près de 70 % des ventes de fruits et légumes se font en grande distribution. En GMS, les pommes de terre sont de plus en plus segmentées par type de cuisson (frites, cuisson au four et à l'eau), à l'instar de la segmentation culinaire française. Par ailleurs, de nouvelles formes de distribution tendent à se développer, comme la vente directe en e-commerce, les marchés de proximité et de nouveaux concepts de magasins de proximité, du type Grand Frais en France. ■

À DÉCOUVRIR

Italie 2

Forte croissance des produits conditionnés

Commerce 3

Un niveau anormalement élevé pour les promotions

Marchés 4

Offre ralentie, cours fermes

DOSSIER DU MOIS



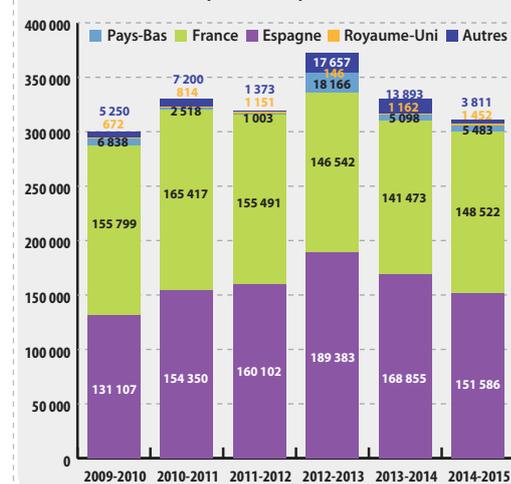
Programmes d'Investissements d'avenir

Il est encore temps de déposer des dossiers, les informations sont dans le dossier du mois

En savoir plus sur cnipt.fr

Pomme de terre hebdo ne paraîtra pas la semaine prochaine. Rendez-vous le 11 mars 2016.

Importations portugaises en pommes de terre de conservation (en tonnes)



CNIPT d'après Eurostat

Italie : forte croissance des produits conditionnés

Les pommes de terre conditionnées ont connu une forte croissance en volume sur l'ensemble de la GMS et notamment dans les magasins du hard-discount.

Le potentiel de production varie entre 1 et 1,5 million de tonnes en Italie, ce qui correspond à environ 3 % de la production totale européenne. Le rendement de production, de près de 25 t/ha, est un des plus bas d'Europe. Le marché local est caractérisé par une forte atomisation de l'offre. La filière se compose de cinq gros producteurs, détenant 55 % du marché, tandis que les 45 % restants sont partagés entre plus de 200 autres producteurs. Les surfaces de production de pommes de terre de conservation ont diminué en 2015, par rapport à l'année précédente, de près de 5 % pour atteindre 35 530 ha. Cette tendance baissière des surfaces est observée dans le pays depuis plusieurs années : entre 2010 et 2015, l'érosion des surfaces est estimée à 20 % selon l'Institut national des statistiques d'Italie (ISTAT).

Les volumes récoltés des pommes de terre de conservation pour la campagne 2015-2016 sont estimés à 1,1 million de tonnes, ce qui représente une baisse de 10 % de la production italienne depuis 2010. Le pays a été confronté en 2015 à d'importants aléas climatiques qui ont impacté tant les rendements que la qualité de la production. La Bologne, première région de production, a connu ainsi des épisodes de grêle provoquant des pertes de rendement (estimé à 20 t/ha contre 50 t/ha en valeur de référence sur cette région).

La consommation italienne de pommes de

terre est située à des niveaux inférieurs à la moyenne européenne. La consommation apparente (produits frais et transformés) est de près de 40 kg par personne et par an, contre près de 80 kg au sein des plus gros pays consommateurs européens, comme au Royaume-Uni, en Belgique ou aux Pays-Bas. D'après les données relevées en juillet 2015, plus de 80 % des ménages italiens ont au moins acheté une fois des pommes de terre durant la campagne 2014-2015, ce qui correspond à près de 20 millions de ménages. Le taux de pénétration est cependant en légère baisse sur la dernière campagne (- 1,8 % par rapport à la campagne 2013-2014). Par ailleurs, les achats des ménages se sont portés davantage sur des produits conditionnés (+ 3 % de croissance sur la dernière campagne), alors que les achats de pommes de terre en vrac baissent de 4,6 % en volume.

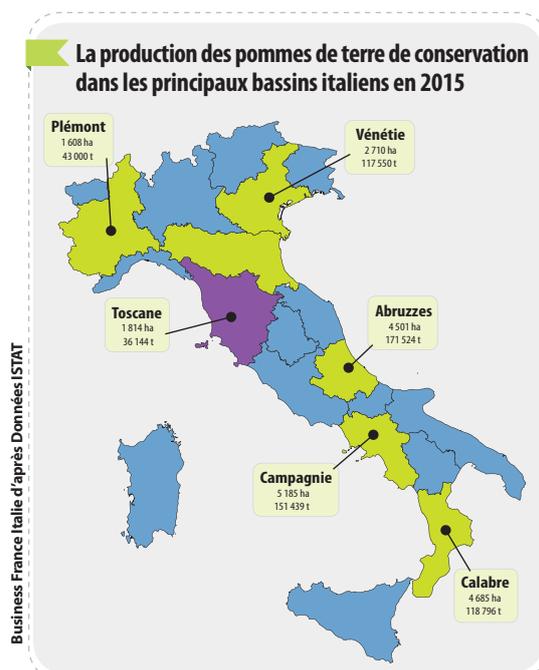
Les pommes de terre conditionnées ont connu une forte croissance en volume sur l'ensemble de la GMS et notamment dans les magasins du hard-discount (+ 8 % au premier semestre 2015 par rapport à la période équivalente de 2014).

La France, premier fournisseur de l'Italie

D'après les douanes italiennes, le pays a importé près de 620 954 t de pommes de terre de conservation durant la campagne 2014-2015, ce qui correspond à une baisse de 8 % en volume par rapport à la campagne précédente. La France est le premier fournisseur de l'Italie, avec près de 350 000 t exportées (- 7 % par rapport à 2013-2014). La part de marché de la France, de près de 56 %, est cependant en hausse sur ce marché (+ 1 % par rapport à 2013-2014). Notre pays devance largement l'Allemagne, qui a exporté près de 90 000 t durant la campagne 2014-2015. Durant la campagne 2014-2015, l'Italie a importé toute l'année avec un pic des achats situé entre mars et mai.

Sur le début de campagne 2015-2016, la demande italienne est relativement stable. Les pommes de terre françaises doivent cependant faire face à la concurrence des pommes de terre allemandes, dont le prix est jugé plus compétitif mais avec une qualité inférieure. ■

Ali Karacaban, CNIPT d'après Business France



COMMERCE

Un niveau anormalement élevé pour les promotions

Les opérations promotionnelles de pommes de terre, menées par les enseignes de la distribution, se multiplient en ce début d'année, de manière anormalement élevée vu la situation de marché. D'après les derniers relevés d'A3 Distrib, le nombre de références commercialisées en promotion a augmenté cette année de 14 % avec des opérations à moins de 0,30 € le kilo! Cette pression promotionnelle est en décalage complet avec le marché caractérisé par un meilleur équilibre offre-demande, contrairement à la dernière campagne où les volumes étaient exceptionnellement élevés et le marché fortement excédentaire. Cette situation est le fruit d'une concurrence accrue entre les enseignes de la distribution pour gagner des parts de marché. Elle est également le résultat de la progression

La pression promotionnelle est en décalage avec le marché. Le CNIPT souhaite alerter les opérateurs sur les conséquences néfastes de ces opérations quand elles ne sont pas correctement menées.

“salutaire” des prix des pommes de terre commercialisées en fond de rayon. Ces prix se situent en moyenne, d'après le dernier panel Kantar, à 0,95 € le kilo en janvier 2016 dans le circuit de la GMS (+ 41 % par rapport à l'année précédente). Cette situation, qui favorise l'écoulement de pommes de terre à bas prix, dessert les produits habituels de fond de rayon. Elle nuit à la lisibilité du rayon par les consommateurs et présente des risques sur la rotation des pommes de terre qui ne sont pas en promotion. L'allongement de la présence en rayon peut avoir de graves conséquences sur la qualité, tant en termes de verdissement que de germination. Une autre conséquence néfaste de cette situation est le désordre que ces promotions engendrent dans les opérations commerciales habituelles. ■

AGENDA

Du 27 février au 6 mars

Salon international de l'agricultureParis (France)
www.salon-agriculture.com

Le 5 avril

9^e Forum Végétal (Paris)Salon de l'Aveyron Paris Bercy
www.forum-vegetable.fr

Le 6 avril

Assemblée générale de FelcoopParis (France)
www.felcoop.com

Du 26 au 28 avril

MedfelPerpignan (Pyrénées-Orientales)
www.medfel.comLes 1^{er} et 2 juin**Europat Congress**Bruxelles (Belgique)
www.europatcongress.eu

Les 9 et 10 juin

Congrès de FedepomBeaune (Côte-d'Or)
www.fedepom.fr

EN BREF...

Russie**Hausse de la production**

En Russie, la production de pommes de terre en 2015 est estimée à 33,6 millions de tonnes (+ 2,1 millions de tonnes par rapport à 2014), le résultat le plus important depuis 2011. Les surfaces sont également en hausse de 7 % à 2,250 millions d'hectares, soit la plus grande superficie depuis la fin des années 2000. Le rendement moyen (14,9 tonnes/hectare) est stable par rapport à la campagne précédente. Ce résultat a conduit la Russie à réduire ses besoins en importations, une réduction aggravée, en ce qui concerne l'Europe, par l'embargo.

Iran**Développement des exportations**

L'Iran est devenu en 2015 le sixième exportateur mondial de pommes de terre, derrière la France, l'Allemagne, la Belgique, les

Pays-Bas et l'Égypte. Ce pays n'occupait que le onzième rang en 2014. Les exportations annuelles ont augmenté de 114,9 % (à 507 268 tonnes), 60 % de cette hausse étant constatée sur les quatre derniers mois de l'année. La première destination des pommes de terre iraniennes est l'Irak. Parmi les autres destinations en développement, on peut noter le Turkménistan, l'Azerbaïdjan, les Emirats Arabes Unis, l'Afghanistan, le Kazakhstan, la Russie et la Turquie.

Institut technique**Christophe Terrain reconduit à la présidence d'Arvalis**

Le Conseil d'Administration d'Arvalis – Institut du végétal a élu son nouveau bureau le 4 février dernier. Christophe Terrain a été réélu à la présidence, poste qu'il occupe depuis la création d'Arvalis en décembre 2002. François Jacques succède à Joël Cottart au poste de secrétaire général. Le

bureau d'Arvalis, outre le président et le secrétaire général, est composé de Philippe Pinta et Jérôme Calteau (vice-présidents), Jean-François Gleizes (trésorier), Joël Arnaud, Jean-François Isambert et Anne-Claire Vial (membres).

Rappel**Le CNIPT au salon de l'Agriculture**

Le CNIPT renouvelle sa participation au salon international de l'Agriculture qui ouvre des portes, pour 9 jours, ce samedi 27 février, porte de Versailles à Paris. L'interprofession animera un espace de 66 m² dans le pavillon "Cultures et filières végétales" (pavillon 2.2, stand C 016). Pour faire écho à la campagne publicitaire collective, le stand affichera les couleurs et le slogan "Chaque pomme de terre s'exprime à sa manière". En 2015, l'espace CNIPT avait accueilli 17 500 visiteurs (2,5 % du visitorat total). Record à battre (lire aussi Pomme de terre hebdo du 22 janvier).

LES MARCHÉS PHYSIQUES

Cotations France (RNM)

En €/tonne

Marché français-Stade expédition - 15 février

Variétés de consommation courantes

Bintje Bassin Nord non lavée cat. II 40-75 mm filet 25 kg	173 (↘)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-75 mm filet 10 kg	276 (↘)
Agata France lavée cat. I 50-75 mm carton 12,5 kg	550 (=)

Variétés à chair ferme

Charlotte France lavée cat. I + 35 mm carton 12,5 kg	660 (↗)
Rouge France lavée cat. I + 35mm filet 2,5 kg	640 (=)

Marché français Bio-Stade expédition – 15 février

Chair ferme France biologique	950 (=)
Chair normale France biologique	970 (=)

Export-Stade expédition - 15 février

Agata France lavable cat. I 40-70 mm sac 1 tonne	-
Div. var. cons France lavable cat. I 40-70 mm sac 1 tonne	-
Div. var. cons France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	170 (↘)
Rouge France non lavée cat. II 50-75 mm sac 20 kg	160 (=)

Rungis - 15 février

Charlotte France cat. I carton 12,5 kg	700 (=)
Div. var. cons France lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	400 (=)
Div. var. cons France non lavée cat. I 40-70 mm sac 10 kg	340 (=)

Industrie - 15 février

Bintje Bassin Nord non lavée + 35 mm fritable	115 (↗)
Div. var. cons. Bassin Nord non lavée, tout venant 35 mm et + fritable	140 (↗)

N.B.: entre parenthèses, la tendance du marché.

Cotations marchés étrangers

En €/tonne

Cotation VTA (Verenigde Telers Akkerbouw) - 15 février

Destination industrie frites: tout-venant, vrac, fritable, départ, 40 mm +	130-165 (=)
Export: tout-venant, vrac, départ, qualité export, 40 mm +	135-220 (=)

Belgique (Fiwap/PCA) - 22 février

Bintje tout venant 35 mm + fritable vrac	120-125 (↗)
--	-------------

Grande-Bretagne (Cours BPC) - 15 février

Prix moyen production	199,03 € (↗)
-----------------------	--------------

Editeur CNIPT

43-45 rue de Naples
75008 Paris
Tél: 01 44 69 42 10
Fax: 01 44 69 42 11

Directeur de publication:
Florence Rossillion

Prix du numéro: 2€
Abonnement 1 an: 53€

Impression-Routage:
Rivet Presse Edition
24, rue Claude-Henri Gorceix
87022 Limoges Cedex 9

Conception graphique:
Aymeric Ferry

Dépôt légal: à parution
ISSN n° 0991-3351

LES MARCHÉS À TERME

Eurex Francfort (€/t) Bintje, Agria et var. apparentées pour transfo, 40 mm, min 60 % 50 mm +

	09/02/16	10/02/16	11/02/16	12/02/16	15/02/2016
Avril 2016	169	171	172	175	176
Juin 2016	189	190	190	194	192
Avril 2017	151	151	151	152	153